

民生视点

## 迷人的彩池需要坚固的防线

公众对 3.599 亿元福彩得主的探究,其实是希望这个超级大奖真的是传奇的神话而非离奇的丑闻,真的是幸运的眷顾而非人为的操纵。

成 霖

从最初的好奇,随后的质疑,到目前中奖者隐私权和公众知情权的博弈——这些天,围绕中国福利彩票开出的 3.599 亿元超级大奖的话题,掀起了一波又一波。距离开出神奇大奖的时间已过去整整两周,那张价值 3.599 亿元的小纸片在谁手上,很多人已不关注,因为比这个问题重要的是,如何消除公众的质疑?又如何平衡彩民的隐私权和公众的知情权?

公众对 3.599 亿元得主的探究,更多是希望这个超级大奖真的是传奇的神话而非离奇的丑闻,真的是幸运的眷顾而非人为的操纵。毕竟,彩票在中国发展的时间还不长,无论是彩票管理的科学性和透明度,还是监管体制的有效和完善,离公众的期待尚有不小的差距。加上此前,一些地方相继发生的彩票作弊行为,更是在一定程度上降低了彩票机构的公信力。基于此,公众潜伏已久的

追问和质疑,便借助 3.599 亿元超级巨奖的刺激,一下子喷薄而出。

面对公众的普遍质疑,有关部门先是给出一句“真实有效”,随后便以“保护中奖者的隐私权”作为回应。保护中奖者隐私确是法律规定,三个月前开始施行的《彩票管理条例》第 27 条这样规定,彩票发行机构、彩票销售机构、彩票代销者以及其他因职务业务便利知悉彩票中奖者

个人信息的人员,应当对彩票中奖者个人信息予以保密。

保护中奖者的隐私权当然有必要,很重要,但不能以遮蔽和牺牲公众的知情权为代价,也要防止它成为排斥公众知情权的理由,更要防止它成为有关部门拒绝监督的一个挡箭牌。其实,不少人恰恰担心的是,如果有关部门拿着“保护隐私权”当金牌,那么彩票监管更容易失灵。

清查电视购物经营主体,对电购广告实行 24 小时全天候监测,完善电视购物商品准入制度,建立电视购物“售后保障基金”和“无障碍退货制度”,发布电视购物消费警示……

# 浙江:给电视购物立规矩

本报通讯员 沈 雁 本报记者 李刚殷

电视购物中,主持人煽情的描述,反复夸奖某产品的优点,说商场卖几千,他们才卖几百元,在规定时间内打进电话还可享受意想不到的超值大礼包;免费送货,7 天之内无条件退货……

真是这样吗?来看看电视购物在浙江工商查处下显示的原形:

199 元的黄金八件套+八颗南非钻石,检测后无任何金的成分,钻石仅是玻璃;没不湿、砸不碎、钻不破的手机在检测下功能尽丧;好视立智能变焦复原镜吹嘘“去年 300 度今年 200 度”,可消费者说毫无功效;买的是诺基亚手机,寄来的却是山寨机;买的上网本承诺 7 天内无条件退货,发现质量问题欲退款却遭受“耍太极”……

电视购物,成为消费者的一处陷阱。

面临信用危机

每次电视换台,都会发现同时有若干台在播购物节目,“吹嘘”的产品包罗万象,甚至还有许多闻所未闻的新奇特商品,表情夸张的主持人,激情洋溢地反复给观众洗脑;某产品如何高科技,如何多功能,如何比同类商品价格低,然后用限量版把观众的心挑逗得怦怦直跳,“赶紧拿起电话订购吧”,狂热、欣喜、躁动、兴奋的语调,千方百计地勾住观众的购物欲望。

然而,很多电视上看着听着都很完美的商品到了消费者手中,一切都变了:产品质量有瑕疵,效果不如意,售后服务没有保障及退货无门等问题让消费者十分头痛。

据日前一项关于电视购物的调查显示,认为电视购物广告存在虚假成分或夸大效果的占 62%,认为电视购物产品的价格与市场上同类产品相比并不便宜的占 52%,认为电视购物产品的售后服务不好的则超过了一半。

购物广告充斥各个电视台的现状,也已引起观众的反感和抱怨:“我们用的是电视机,不是广告机,为什么打开电视就要被动地

去面对低俗、虚假的广告,电视购物严重影响我们的生活。”

据浙江省工商局统计,今年上半年,全省工商部门共监测广告 330.43 万条次,经监测发现违法广告 82422 条次,广告违法率为 2.49%。其中,监测电视广告 142.75 万条次,发现违法广告 64524 条次,广告违法率高达 4.52%;而电视直销违法广告又是其中最主要组成部分,占电视违法广告的 75%以上。

从该省广告监测中心提供的数据显示,今年 6~8 月份,浙江全省电视直销违法广告共 33723 条次, 占全省电视违法广告的 78.56%。

与此同时,电视直销购物的消费投诉也激增,成为消费投诉的新焦点。据浙江省工商局《2009 年上半年浙江省消费申诉分析报告》统计,今年 1~6 月,浙江省涉及邮购、电视购物的投诉比去年同期上升 190%,是服务类申诉中升幅最大的。电视购物行业将自己引入信用危机。

“陷阱”多过“馅饼”

随着近年来工商机关监管力度的加强,不法经营者的欺瞒招数也越来越“高明”;电视购物广告中一方面夸大其词,添加名不副实的内容,善于捕捉消费者心理,诱导消费者防不胜防,上当受骗;更有“高明”的,为躲避监管,从广告字面上其内容难以找到违法信息,但打了垂询电话后,导购人员早已对商品信息的咨询设下陷阱。如:

“掉馅饼”式地诱导,实质以假充真。为了刺激消费者的购买欲,广告语充斥着各种程度副词;利用专家和权威机构阐述普通消费者没有听说过的高科技原理,引用大量没有明确出处的数据;用拍摄、电脑“创造”广告视觉效果吸引消费者的注意力,通过反复轰炸,赢得视觉效果;使用者现身说法,进行使用前后的对比,激昂的主持人和画外音贯穿始终,强调质优价廉,刺激消费者购买欲等。

天花乱坠地承诺,精心编织骗局,过分夸



电视购物信任危机。 作者 唐志顺

大产品功效或采用虚假的演示进行欺骗性的销售诱导。其产品广告效果,多利用化妆、拍摄技巧或者电脑处理等制造出来。比如吃药之后身高长了 10 厘米;用了化妆品之后脸上的青春痘全没了。

产品质量和售后服务无法保证,“打太极”使消费者退货无门。电购公司向消费者承诺电购产品的高质量 and 优质的售后服务。而现实中,一些非品牌产品,既存在严重的质量缺陷问题,也无法提供较好的售后服务。

部分电购广告,故意标有虚假电话号码,消费者要求退货时找不到生产和经营企业。由于电视直销多采用送货或者邮寄方式交付,消费者“先款后货”,一旦发现问题,更换、退货时便失去了主动权。

部分电购广告虽在本地打广告,但其公司注册地却在外地,属地管辖受到限制,使工商部门的监管难度越来越大。

利用消费者、专家名义或形象现身说法。多数电视购物广告多采用此法,雇用演员扮演消费者、专家,编撰故事,增加可信度。但是已经有案例证明,这些名人自己也不是真的了解产品或者使用过这种产品。

设置价格诱惑,大打“公益牌”,刺激购买欲望。一些商品的价格虚高,将低值商品包装高价销售。经营者为了获取更多的订单,广告语中频繁使用“回报社会,感恩大行动”,“限量发售××部,售完为止等用语,刺激消费者购买欲望。

全面监管整治

日前,浙江省工商局发布了《关于加强电视购物行为监督管理工作的实施意见》(以下简称《意见》),今后,屡次制作发布虚假电视购物违法广告以及未经整改继续发布违法广告的电视媒体,特别是发布广告造成严重不

当前,中国福利彩票的发展还不够成熟,相关制度建设,尤其是监管制度仍然面临不小的问题。就在《彩票管理条例》实施后不久,财政部有关官员曾坦言“彩票机构业务管理不尽规范、彩票监管方式比较粗放”。此外,虽然彩票摇号引进了公证机关,但毕竟只能监管到一个环节。难怪,在不少人眼里,彩票监督似乎一直处在“彩票机构自己监督自己”的状态,既是“裁判员”,又是“运动员”,谁来盯着吹哨子?

公众急了只好吹哨子。当然,公众的哨子毕竟是场外的,通常还可能被当成“干扰音”。不过,在彩票监管的执行能力还不能满足现实需求的情况下,有关部门更应该、也有必要积极而务实地对待公众的质疑,在职责范畴内负责地消解疑虑,而不是草草回应,这有助于提高监管水平,也有助于彩票事业的健康发展。

其实,满足公众的知情权,并不意味着必须曝光中奖者。彩民的隐私权是保护中奖者的个人信息,公众的知情权则是指向彩票发行管理的各个程序和环节,如销售、开奖,

资金的分配、使用信息等等。有关部门如果一味强调“依法保护中奖者的隐私权”,就可能忽略公众对这些公共信息的强烈渴望,那么,即使划向 3.599 亿元彩票大奖的问号随着时间冲淡了,类似追问在今后恐怕还会越来越多……

毕竟,近两年全国彩票发行销售规模已超过千亿,如此庞大的一项公共事务,监管一旦跟不上,打它主意的就可能伸手。因此,有关部门不必把 3.599 亿元大奖看成敏感事件,而应当成一次契机,以理性务实的心态积极推动彩票监管方式的变革和进步,提高彩票机构的公信力,最大程度减少质疑和争议。

可供借鉴的是,香港的彩票监管、运行和善款处理层层分离,并且层层设防,完善的管理和监管制度是建立起良好的社会公信力的基础。

来自网络的调查也正好反应了公众的期待:超过六成的网友呼吁设立独立的彩票监管机构——即“彩监会”。其实,不管叫什么,迷人的彩池当下最为需要的是坚固的防线,公众需要看到有效监管。

资讯速览

中国动漫游戏城建设启动

本报讯 (记者王 瑜)10 月 14 日,文化部和北京市在首钢二通厂举行中国动漫游戏城项目建设启动信息发布会。会议举行了中国动漫集团有限公司与首钢总公司合作框架协议签署仪式, 并为新组建的北京动漫游戏产业联盟揭牌。

据悉,中国动漫游戏城是贯彻落实国务院《文化产业振兴规划》重要举措,也是根据《文化部、北京市人民政府关于推动首都文化建设的战略合作框架协议》确定的国家重大文化创意产业项目,是集动漫创作、生产、交易于一体,具有完整产业链的国家级重点文化产业示范园区。文化部将会同有关部门制定该动漫游戏城详细规划,以国家级项目立项;并组建中国动漫集团公司,通过其参与实施中国动漫游戏城项目。北京市将为中国动漫游戏城规划和运营提供支持政策,北京市文化创意产业资金将为其设立每年 1 亿元发展专项资金。

啤酒用户满意度测评揭晓

本报讯 日前,来自中国质量协会、全国用户委员会的一项调查表明,啤酒行业用户满意度得分为 75.5 分(满分 100 分)。消费者对感知质量指标“口味”、“口感”评价较高,对“泡沫(细腻、丰富、持久)”“性价比”评价较低,对感知食品安全的“生产日期保质期标识清晰”、“产地厂址清晰明确”、“包装的安全卫生情况”和“食用放心程度”评价较高。同时,消费者认为整体质量与厂商宣传内容差异较大。调查显示,43.1% 的受访消费者关注产品包装上的啤酒原料构成和制作工艺,5.4% 的受访者不关注这方面信息,51.5% 的受访者对此表示“没注意”或“不清楚”。 (晨 文)

徐州消防获国家安全生产科技成果奖

本报讯 日前,江苏省徐州市消防支队《建筑物性能化防火设计方法及工程应用研究》获国家安全生产科技成果三等奖, 国家安全生产监督管理局向该支队颁发了奖牌和证书。

自 2006 年以来,徐州市公安消防支队与中国矿业大学、公安部天津消防研究所合作,历时三年完成了《建筑物性能化防火设计方法及工程应用研究》课题的实验和理论研究工作。据悉,该项目的研究成果将有助于推动建筑物性能化防火设计工作的开展,其中的理论研究成果和工程应用方法将对类似建筑物的性能化防火设计、消防审核验收工作起到重要的指导作用, 对设计单位和消防监督部门的建筑物性能化防火设计工作有着很好的参考价值。 (沈斌 杨浩)

中国武义温泉节将举办

本报讯 泡温泉、观赛事、品名茶、游山水。第三届中国武义温泉节将于 11 月 15 日在浙江武义县开幕。

本届温泉节的主题是“温泉名城养生武义”,为期 10 多天。节俭分为泡温泉、观赛事、品名茶、游山水四大版块,共含 16 项活动,将全面展示浙江武义纯正温泉、神奇秀美的山水、绚丽多彩的民俗和光辉灿烂的文化。

节日期间,武义县将举办国际养生旅游高峰论坛,组委会还特别精心设计了“温泉养生体验”、“有机茶品茗体验”、“美食文化体验”、“山水生态体验”和“古村文化体验”等养生保健、观光旅游活动。 (晓 霞)

贝因美启动“幸福家庭”推选

本报讯 “五十六个民族,同一种幸福”,由国家民委文化宣传司、■望东方周刊共同主办的贝因美“中国幸福家庭”推选活动近日在京启动。

此项活动历时两个月,分为“中国幸福家庭”推选和“中国幸福家庭爱国亲子游”两个阶段。评选活动将在全国各地共同展开。评选标准是:家庭和睦、忠诚互信、精神健康、教育有方、热心公益等,活动将通过各地民委推荐、网络自荐报名和贝因美驻各地分公司推荐等三种途径,产生候选名单。

根据竞选结果,活动最终将在 56 个民族中产生 56 户家庭,并将被命名为贝因美“中国幸福家庭”。 (魏 文)

徐莉永远无法抹去少年时代因家境贫寒而无法读书的痛苦。当她成为一名企业家后,就时刻想着自己曾经生活过的大别山区还有许多贫困家庭和上不起学的孩子……

## “我忘不了孩子们想上学的眼神”

——215 个孩子的“徐妈妈”的故事

本报记者 徐福平

在安徽霍邱县和河南固始县内,215 名濒临失学的贫困儿童有一个共同的“妈妈”,她的名字叫徐莉,是安徽省皖源酒业有限责任公司总经理。在外人眼中,她是一位成功的女企业家,但她更愿意和别人说起“自己孩子们”的故事。

近日,刚刚参加完“中国扶贫开发人物”表彰会的徐莉接受了记者的采访,“我资助这些孩子,是因为我能深深地体会到他们那种不能上学的痛苦和渴望读书的期盼,我不想让自己的童年在他们身上重演……” 徐莉平静地说。

她的惦念,是资助失学儿童

徐莉是安徽省霍邱县马店镇一个贫穷农民的女儿。作为在大别山革命老区长大的孩子,由于家庭贫困,她周岁未满就被亲生父母送给别人寄养。六、七岁时,她开始帮家里干农活。到了初中二年级,因为家里实在太困难就辍学了。

辍学那天,徐莉心里非常难受,在家里蒙头大哭了 3 天。从那时起,她暗下决心,长大后,一定要改变家乡的穷困面貌。徐莉起初在当地的一家酒厂打工,由于她能吃苦耐劳且诚实守信,很快成为厂里优秀的业务员。后来酒厂因经营不善而倒闭,她凭着几年在酒厂的工作经验,联合工友在六安市自办了皖源酒业有限责任公司。靠勤劳、靠拼搏创出了市场,其产品销往全国各地,公司也在不断发展壮大。

在创业的过程中,因为文化水平低,徐莉



吃了许多苦,也走了不少弯路。所以她对上不起学的孩子和失学儿童特别同情,决心尽最大努力去帮助那些贫困地区的孩子们。

她的幸福,是孩子们的来信

2004 年,徐莉捐助了霍邱县 40 多名贫困学生。第二年,被救助的孩子增加到 70 名。这些孩子大多是孤儿和来自大别山区的特困家庭。

几年来,她先后在安徽和河南资助了 215 个贫困孩子的学习和生活,为此每年支

付大约 70 万元。孩子们与徐莉结下了深厚的感情,都亲切地称她为“徐妈妈”。

家住霍邱县的汪德柱,三个月时其父病逝,母亲改嫁,从小是年迈的爷爷奶奶抚养。由于家庭贫困,平时生活基本靠政府、村民救济,家里根本没有多余的钱供他上学。

徐莉听说后,开始资助他上学。后来小德柱又查出有先天性胸骨凹陷,心脏受到挤压,严重时甚至呼吸困难。徐莉知道后,立即把他接到合肥治疗,捐款 5 万元,使手术得以实施,小德柱也得救了。

一位孩子在写给她的信中说:“亲爱的徐妈妈,这次期末考试我没有考好,上次答应你说要进班级前 5 名,现在只进了前 10 名,我觉得很内疚……”徐莉读着这封信,不禁泪流满面,“多么懂事的孩子啊!”她赶紧回信说:“妈妈知道你已经努力了,这次没考好下学期继续努力……”

徐莉告诉记者,在她资助的贫困孩子当中,因为生活环境等各种原因,成绩特别优秀的寥寥无几,在班级中排名前 10 名已经是很好的了。她从来不苛求他们必须多么优秀,将来一定要考上大学,她只希望这些贫困的孩子们不要因为没学上而误入歧途,只要能在多学点文化知识,今后无论干任何工作,就能养活自己,做一个对社会有用的人。

在徐莉家中,珍存了 1000 多封孩子们的来信,每一封信她都仔细阅读过。“这是孩子们给我的最高奖励!”“在商海拼打很累,但是和孩子们在一起,我就很开心”,说到这里,徐莉露出惬意的微笑。

她的希望,是更多的人扶贫济困

徐莉不光资助这些孩子们上学,关心他们的健康狀況,还从生活上、情感上关心他们。每年春节的前几天,她都会专门开车去接那些孤儿到酒厂与员工们一块过年,让没有父母的孩子们感受到家庭的温暖。

徐莉关爱贫困山区儿童,并资助上百名失学儿童重返校园的事迹被媒体宣传后,在当地广为流传。2007 年 5 月,徐莉被评为“山花工程”爱心大使;同年 8 月被中华爱国英才